

TMG en The Flying Dutch ontwikkelen innovatief platform

Telegraaf Media Groep (TMG) en House of Orange (John Ewbank en ALDA Events), organisator van het meest spraakmakende dance event in Nederland The Flying Dutch, werken samen aan de ontwikkeling van een nieuw, innovatief publishing platform als dagelijkse bron van exclusieve, waardevolle content. Het platform speelt in op de vraag van de consument om op de juiste tijd en plaats, in de juiste vorm en op het juiste apparaat te beschikken over relevante content in de vorm van (interactieve) nieuwsberichten, (live) streaming video en toegang tot exclusieve specials. Het publishing platform past binnen de strategie van TMG om een rol te spelen in de snelle groei van OTT (Over The Top) content en cross mediale modellen te ontwikkelen waarin de behoefte van de consument centraal staat.

The Flying Dutch

Nederland domineert in de ranglijsten van beste DJ's ter wereld. Op 30 mei 2015 beleeft Nederland en de rest van de wereld een primeur met The Flying Dutch. In een spectaculaire line-up treden 10 Nederlandse Top-DJ's op tijdens een spraakmakend dance event op 3 verschillende locaties in Nederland: The Flying Dutch. De drijvende krachten achter The Flying Dutch zijn John Ewbank en ALDA Events, producer en promotors van events als Armin Only Intense, I Am Hardwell en Amsterdam Music Festival.

Geert-Jan van der Snoek, CEO van TMG: "The Flying Dutch heeft de ambitie en de potentie om uit te groeien tot een leidende autoriteit op gebieden en thema's waarin Nederland uitzonderlijk goed presteert. TMG is in staat daaraan toegevoegde waarde te leveren door als publishing partner het merk The Flying Dutch te versterken. Het te ontwikkelen publishing platform zal in dat proces als verbindende factor gaan fungeren tussen het merk, de producten en events, en de consument. De ontwikkeling van een concept voor een publishing platform waarvan de regie over de dagelijkse dynamiek van content-productie en -distributie voor een belangrijk deel ook bij de gebruikers ligt, sluit naadloos aan op onze strategie. Het belangrijkste doel op korte termijn is het realiseren van een fan base, waarvan The Flying Dutch event de

grootste aanjager zal zijn. De eerste zichtbare uiting is een special van Metro op 30 mei, geheel gewijd aan The Flying Dutch.”

John Ewbank: “Het instant succes van The Flying Dutch - de 100.000 beschikbare kaarten waren binnen 7 dagen uitverkocht - was aanleiding om de samenwerking te zoeken met een sterke mediapartner. We zien grote kansen dit event door te ontwikkelen naar een cross mediaal concept gebaseerd op het promoten van (nieuwe) initiatieven op de vele vlakken waarop ons kleine land wereldwijd excelleert . Naast het, in samenwerking met TMG, uitbrengen van een speciale editie van Metro zullen wij op 30 mei ook de wereld met elkaar verbinden door het live streamen van dit geweldige evenement”.

Noot voor de redactie, niet voor publicatie

Voor vragen kunt u contact opnemen met:

TMG

Afdeling Corporate Communicatie, telefoon: + 31 (0)88-8240800

The Flying Dutch; House of Orange (John Ewbank & ALDA Events)

Chantal Musquetier, Marketing Director, telefoon +31(0)6-516 348 68